

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Кафедра економіки, права та управління бізнесом

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**  
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»  
на тему:  
**«Обґрунтування перспектив розвитку галузі електронної комерції»**

**Виконавець:**

студент ФЕУП

Чапуні Арсен Ребенівич \_\_\_\_\_

**Науковий керівник:**

д.е.н, професор

Сментина Наталія Валентинівна \_\_\_\_\_

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Стрімкий технологічний розвиток у сфері електроніки та кібернетики став передумовою інтенсивного нарощення процесів інформатизації усіх сфер національної економіки. Формування інформаційного суспільства призвело до виходу інформаційно-комунікаційних технологій на новий рівень, що дозволяє вирішувати складні економічні завдання як для окремих комерційних структур так і в загальнодержавному масштабі. При цьому значна частина економіки бізнесу стають електронними і переміщуються у глобальне середовище мережі Internet.

Одним із засобів здійснення і підтримки процесів інформатизації в економічному середовищі є електронна комерція, яка дає змогу максимально ефективно здійснювати комерційні операції, оперативно реагувати на зміни ринку товарів та послуг, розширювати сфери впливу комерційних суб'єктів та посилювати їх конкурентні переваги.

На сьогодні ця область включає в себе широкий спектр дистанційних послуг, що постійно розширюється внаслідок все більш прогресивного впровадження економічної діяльності в Інтернет. За останні два роки ринок електронної комерції виріс в США на 25%, Європі - майже на 30%. Серед країн-лідерів за ступенем розвитку ринку електронної торгівлі аналітики виділяють Великобританію і США з часткою електронної комерції в загальному обсязі ритейлу в 10% і більше.

Розуміючи всю важливість електронної комерції та швидкі темпи її поширення, потрібно виявити та проаналізувати проблеми, які стають на заваді розвитку даної сфери, для того аби в подальшому знайти шляхи вирішення цих проблем і вивести вітчизняну електронну комерцію на міжнародний рівень.

**Мета кваліфікаційної роботи** – дослідити теоретичні, методичні та прикладні аспекти електронної комерції та сформулювати пропозиції щодо визначення перспектив її розвитку.

Мета роботи реалізується через конкретні завдання:

- визначити економічну сутність електронної комерції та її переваги;
- описати основні моделі співробітництва в електронній комерції;
- з'ясувати особливості визначення ефективності електронної комерції;
- дослідити нормативно-правове забезпечення системи електронної комерції в Україні та деяких країнах світу;
- проаналізувати світові тенденції на ринку електронної комерції;
- з'ясувати особливості розвитку електронної комерції ринку України;
- визначити проблеми розвитку електронної комерції в Україні;
- виявити локомотиви змін на ринку електронної комерції.

**Предмет дослідження** – сукупність теоретичних, методичних та прикладних аспектів розвитку електронної комерції.

**Об'єкт дослідження** – електронна комерція як складова електронного бізнесу в Україні та світі.

**Методи дослідження.** Для проведення дослідження та досягнення поставленої мети використані різні методи: аналізу та синтезу, індукції та дедукції, групування, узагальнення, табличний та графічний методи.

**Інформаційна база дослідження:** наукові роботи українських та зарубіжних вчених з проблематики електронної комерції, нормативно-правові акти, що регламентують питання розвитку електронної комерції, результати статистичних спостережень, узагальнень, світових рейтингів з проблематики розвитку електронної комерції в Україні та країнах світу, матеріали мережі Інтернет.

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (36 найменувань) та 3-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 69 сторінок. Основний зміст викладено на 63 сторінках. Робота містить 5 таблиць, 15 рисунків.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні засади розвитку електронної комерції»* визначено економічну сутність електронної комерції та її переваги, охарактеризовані основні моделі співробітництва в електронній комерції; виявлені особливості визначення ефективності електронної комерції.

У другому розділі *«Основні тенденції розвитку електронної комерції в Україні та світі»* досліджено нормативно-правове забезпечення системи електронної комерції в Україні та деяких країнах світу; проаналізовано світові тенденції на ринку електронної комерції; з'ясовано особливості розвитку електронної комерції ринку України.

У третьому розділі *«Перспективи розвитку електронної комерції ринку України»* визначені проблеми розвитку електронної комерції в Україні та виявлені локомотиви змін на ринку електронної комерції в Україні.

## ВИСНОВКИ

Результати проведених досліджень дозволяють зробити такі висновки.

1. Електронна комерція є найбільш прогресивною складовою електронного бізнесу. Традиційно вона інтерпретується як продаж товарів через Інтернет. Перед підприємствами відкриваються величезні можливості при використанні електронної комерції. По-перше, це величезні ресурси інформації, які містяться в глобальній мережі. По-друге, це можливість повного або часткового переведення бізнесу в електронний варіант. Так, електронна комерція здатна здійснювати різні види угод безпосередньо через Інтернет, що дозволяє компаніям знизити собівартість, що вкрай необхідно для належного розвитку малого та середнього бізнесу, де кожна копійка на рахунку.

2. Існують різні схеми електронної комерції. Основними є такі: система бізнес-бізнес (B2B) та система бізнес-споживач (B2C). B2B є одним із найпопулярніших напрямів у електронній комерції, принцип якого полягає в тому, що одне підприємство проводить угоди з іншим підприємством. B2C засноване на роботі підприємства з кінцевим клієнтом. Самий популярний приклад – це онлайн-магазини. Покупцеві при цьому не доводиться витратити величезну кількість часу на обходи магазинів у пошуках потрібного і самого оптимального за ціною товару.

У кожній схемі електронної комерції можна виділити низку бізнес-моделей, наприклад, електронна крамниця, електронний аукціон, віртуальні співтовариства, торгові агрегати, електронні дилери, платіжна система, електронні постачальники, електронні платформи для співробітництва, інформаційні брокери, торгові агрегати, електронні дилери та платіжна система.

3. Важливе значення має оцінювання ефективності систем електронної комерції. Методики оцінки ефективності Інтернет-проектів базуються на таких показниках роботи як частота відвідування сайту і час, який проводить відвідувач на сайті, кількість відвідувачів.

4. Виділяють різні рівні правового регулювання відносин електронної комерції: міжнародний; регіональний (в межах Європи); національний. У національній нормативно-правовій базі України, що стосується сфери електронної комерції, можна виділити два основні складники: загальне та спеціальне законодавство. Найважливішим, рамковим нормативним актом для аналізованої сфери можна вважати Закон України «Про електронну комерцію».

5. Розвиток електронної комерції за сучасних умов суттєво залежить від трендів світової та локальних економік. Останніми роками спостерігається різке зростання обсягів торгівлі підприємств електронної комерції на тлі обмежень, спричинених COVID-19, що збільшило частку роздрібних продажів в Інтернеті від загального обсягу роздрібних продажів з 16% до 19% у 2020 році. Кількість робочих місць в електронній комерції у світі виросла на 334%, додавши 178 000 робочих місць з 2002 року.

У червні 2020 року глобальний обсяг роздрібною торгівлі електронною комерцією становив 22 мільярди відвідувань щомісяця, при цьому надзвичайно високим був попит на повсякденні товари, такі як продукти харчування, одяг, а також роздрібні технічні товари. Найбільше зростання частки електронної комерції в загальних обсягах продажу спостерігалось у Великій Британії, Канаді та США.

За даними ЮНКТАД Європа залишається на сьогоднішній день регіоном, що має найвищий потенціал для розвитку електронної комерції. Одночасно, обсяги електронної комерції в секторі B2B переважають транзакції сектору B2C.

6. В Україні на даний момент майже 9% усіх покупок відбувається онлайн (на маркетплейсах, в онлайн-магазинах і соцмережах). У 2020 році було придбано через інтернет продукції на суму 107 млрд грн., що на 41% більше, ніж в 2019-му. Зросла також і кількість онлайн-оплат – мінімум на 50%.

Найбільш відвідуваними платформами електронної комерції в Україні у 2020 році були (за сумарною місячною кількістю візитів на сайт) *OLX*, *Rozetka* та *Prom.ua*.

Найбільшу частку у структурі українських онлайн-покупців, а саме 46% займає категорія населення 25–34 роки, дещо нижче значення у покупців віком 18–24.

7. Розглядаючи сферу електронної торгівлі в Україні, виявлено чимало недоліків і проблем, які гальмують її подальший розвиток. Основними з них є такі: невисокий рівень життя та низька платоспроможність населення; низький рівень розвитку і впровадження інформаційно-інтелектуальних технологій, комп'ютерної грамотності населення; значна різниця у рівні інформатизації великих міст та регіонів країни; недовіра до електронної комерції серед споживачів; невідповідність рівня розвитку торговельних підприємств, якості обслуговування запитам споживачів.

8. У електронній торгівлі в Україні є майбутнє, а в сучасного бізнесу без активного використання Інтернет майбутнього просто немає. Перспективи для розвитку ринку електронної комерції, незважаючи на кризу, досить сприятливі. Вітчизняна електронна комерція знаходиться на початку інтернет-еволюції і демонструє високі темпи зростання. Бар'єри для входу на інтернет-ринок порівняно невисокі, а переваги електронної торгівлі для користувачів і підприємців відчутні. Однак на сучасному етапі вітчизняний ринок електронної комерції має багато невирішених питань, що стримує його розвиток. За умови ефективного вирішення найважливіших проблем, розвиток електронної комерції в Україні матиме майбутнє.

Ринок електронної комерції поступово набирає значні обороти. Майже зі 100-відсотковою вірогідністю у 2025 році обсяг світового ринку електронної комерції зросте приблизно у 3 рази. Однак тенденція є можливою при відсутності форс-мажорних факторів та криз глобального масштабу.

### АНОТАЦІЯ

**Чапуні А. Р. «Обґрунтування перспектив розвитку галузі електронної комерції».**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавр зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу». Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2022.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти розвитку електронної комерції. Визначено економічну сутність електронної комерції та її переваги, охарактеризовані основні моделі співробітництва в електронній комерції, виявлені особливості визначення ефективності електронної комерції.

Досліджено нормативно-правове забезпечення системи електронної комерції в Україні та деяких країнах світу; проаналізовано світові тенденції на ринку електронної комерції; з'ясовано особливості розвитку електронної комерції ринку України.

Визначені проблеми розвитку електронної комерції в Україні та виявлені локомотиви змін на ринку електронної комерції в Україні.

**Ключові слова:** електронна комерція, електронний бізнес, торгівля, розвиток, ринок.

### ANNOTATION

**Chapuni A. «Substantiation of prospects for e-commerce development».**

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 076 «Entrepreneurship, trade and exchange activities» for the educational program «Economics and business planning». Odessa National Economics University. – Odessa, 2022.

The work deals with the theoretical aspects of e-commerce development. The economic essence of e-commerce and its advantages have been determined, the basic models of cooperation in e-commerce have been characterized, the peculiarities of determining the efficiency of e-commerce have been revealed.

The legal support of the e-commerce system in Ukraine and some countries of the world has been studied; the world tendencies in the e-commerce market have been analyzed; The peculiarities of the development of e-commerce in the Ukrainian market have been clarified.

The problems of e-commerce development in Ukraine have been identified and the locomotives of changes in the e-commerce market in Ukraine have been identified.

**Key words:** e-commerce, e-business, trade, development, market.